

## **Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Mebel Ghofiah Pekalongan**

**Dian AsteriDewi<sup>1</sup>, NovikaWahyuhastuti<sup>2</sup>, Aryan EkaPrastyaNugraha<sup>3</sup>**

*email: [dian90017@gmail.com](mailto:dian90017@gmail.com), [novikawahyuhastuti@gmail.com](mailto:novikawahyuhastuti@gmail.com), [aryaneka40@gmail.com](mailto:aryaneka40@gmail.com)*

**Universitas PGRI Semarang**

### *Abstract*

Dian AsteriDewi "The Influence of Price and Product Diversity on Consumer Satisfaction at the Ghofiah Pekalongan Furniture Store". This research is motivated by high product prices and incomplete product diversity. The purpose of the study was to determine the effect of price and product diversity partially or simultaneously on consumer satisfaction shopping at the Ghofiah Pekalongan Furniture Store. This type of quantitative research uses a causal associative approach. The research population of the Furniture consumer in GhofiahStorePekalongan while the research sample was 97 respondents. The results of the study are (1) there is a positive and significant effect of price on consumer satisfaction, (2) there is a positive and significant effect of product diversity on consumer satisfaction.

**Keywords:** *Price, Product Diversity, Consumer Satisfaction*

### **Abstrak**

Dian AsteriDewi "Pengaruh Harga dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Mebel Ghofiah Pekalongan". Penelitian ini dilatarbelakangi oleh harga produk yang mahal dan keragaman produk yang kurang lengkap. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh harga dan keragaman produk secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan konsumen berbelanja di Toko Mebel Ghofiah Pekalongan. Jenis penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan asosiatif kausal. Populasi penelitian konsumen Toko Mebel Ghofiah Pekalongan sedangkan sampel penelitian sebanyak 97 responden. Hasil penelitian yaitu (1) terdapat pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen, (2) terdapat pengaruh positif dan signifikan keragaman produk terhadap kepuasan konsumen.

**Kata kunci:** *Harga, Keragaman Produk, Kepuasan Konsumen*

## **PENDAHULUAN**

Pemasaran yang bagus dapat dilihat dari adanya keterikatan antara penjual dan konsumen, sebaliknya apabila tidak ada keterikatan antara keduanya berarti pemasaran ini tidak bagus. Berbagai usaha dalam menemukan produk yang bagus dalam pemasaran, perusahaan butuh strategi dalam bentuk produk dan jasa, dengan begitu perusahaan dapat menciptakan produk yang lebih bagus daripada sebelumnya dan juga lebih bagus dari pada pesaing. Dengan demikian perusahaan dapat meraih konsumen dan dapat mencukupi rasa kepuasan konsumen atas pemakaian produk tersebut (Mantauv, 2014).

Kepuasan konsumen merupakan hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan asumsinya. Konsumen merasa puas jika asumsi mereka terpenuhi, dan merasa sangat senang jika asumsi mereka dilampaui. Konsumen yang terpenuhi umumnya akan tetap stabil lebih lama dan membeli lebih banyak (Kotler, 2008) dalam jurnal (Kusuma, 2015).

Ada banyak cara yang dapat meningkatkan kepuasan konsumen, misalnya dengan memperhatikan harga dan keragaman produk. Secara umum, konsumen biasanya cenderung memilih toko dengan harga yang rendah. Salah satu metode yang dapat dicapai dalam meningkatkan kepuasan konsumen adalah metode penetapan harga.

Selain harga faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah keragaman produk. Keragaman produk adalah gabungan semua produk dan barang yang ditawarkan penjual kepada konsumen (Kotler, 2007) dalam jurnal (Febriana dkk, 2017). Keputusan mengenai peletakan produk berhubungan dengan keragaman produk dalam jumlah yang pantas dan lokasi yang cocok (Tjiptono, 2005) dalam jurnal (Mantauv, 2014).

Berdasarkan data awal penelitian di Toko Mebel Ghofiah Pekalongan, data penjualan tahun 2020-2021 mengalami fluktuasi. Hal tersebut dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 1.2**  
**Data Penjualan Tahun 2020-2021**  
**Mebel Ghofiah Pekalongan**

<b>Bulan</b>	<b>Penjualan (Rp)</b>	<b>Peningkatan (%)</b>
Januari 2020	72.681.000	-
Februari 2020	53.805.000	-25,97
Maret 2020	76.915.000	42,95
April 2020	64.862.000	-15,67

Mei 2020	74.325.000	14,59
Juni 2020	63.666.000	-14,34
Juli 2020	62.955.000	-1,12
Agustus 2020	64.870.000	3,04
September 2020	77.465.000	19,42
Oktober 2020	76.645.000	-1,06
November 2020	54.807.000	-28,50
Desember 2020	79.265.000	44,63
Januari 2021	65.331.000	-17,58
Februari 2021	61.445.000	-5,95
Maret 2021	68.205.000	11
April 2021	74.985.000	9,94
Mei 2021	82.890.000	10,54
Juni 2021	44.075.000	-46,83

*Sumber :Toko Mebel Ghofiah Pekalongan, 2020-2021*

Berdasarkan tabel diatas, membuktikan bahwa penjualan Mebel Ghofiah setiap bulan mengalami fluktuasi peningkatan dan penurunan. Fluktuasi tertinggi terjadi pada Bulan Desember yaitu naik sebesar 44,63%, hal ini terjadi karena akhir tahun penjualan naik diperkirakan banyak orang menikah, liburan Natal dan Tahun Baru. Ditambah lagi, di bulan Desember 2020 banyak promo atau cuci gudang untuk menghabiskan stok lama. Fluktuasi terendah terjadi pada Bulan Juni 2021 yaitu turun sebesar 46,83%, hal ini terjadi karena daya beli masyarakat menurun setelah Idul Fitri.

Rumusan masalah penelitian ini yaitu apakah harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Mebel Ghofiah, apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Mebel Ghofiah, serta apakah harga dan keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Mebel Ghofiah. Tujuan pada penelitian ini yaitu untuk menguji apakah harga produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Mebel Ghofiah, untuk menguji apakah keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan

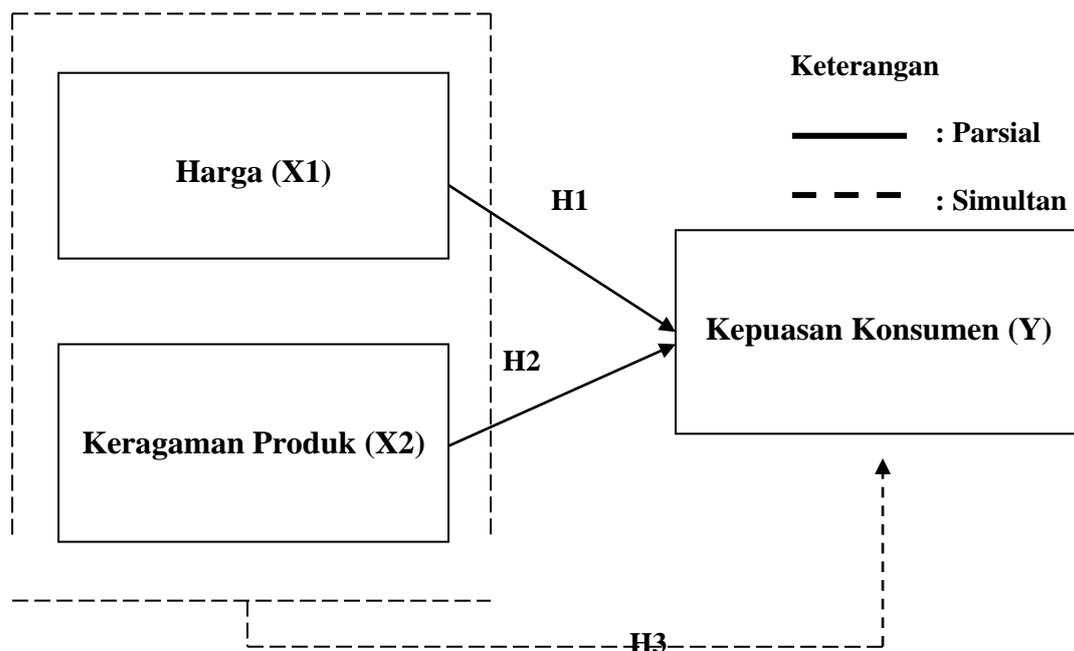
konsumen di Toko Mebel Ghofiah, untuk menguji apakah harga produk dan keragaman produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Mebel Ghofiah. Manfaat pada penelitian ini yaitu bisa memberikan masukan bagi penulis serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan untuk peneliti lain.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yaitu penelitian kuantitatif. Jenis penelitian yaitu asosiatif kausal, untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Populasi penelitian konsumen Toko Mebel Ghofiah Pekalongan sedangkan sampel penelitian sebanyak 97 responden. Pengukuran variabel pada penelitian ini yaitu variable bebas yang meliputi harga dan keragaman produk serta variabel terikat yaitu kepuasan konsumen menggunakan skala *likert*. Teknik pengumpulan data yaitu angket. Teknik analisis data yaitu uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji hipotesis dan koefisien determinasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Diketahui besarnya pengaruh antara X1 dan X2 sebagai variabel independen dan Y sebagai variabel dependen diketahui, maka dapat disusun model analisis regresi berganda sebagai berikut :



Sumber : Data diolah oleh Peneliti (2021)

Pembahasan hasil penelitian ini berisi uraian yang memberikan makna pada hasil penelitian ini. Adapun pembahasan hasil penelitian :

**1. Pengaruh Harga (X<sub>1</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  2,244 dan  $t_{tabel}$  1,983 dengan (Sig.) 0,027 < 0,05 maka H<sub>1</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Dengan demikian, X<sub>1</sub> berpengaruh terhadap Y. Semakin tinggi X<sub>1</sub> maka semakin tinggi Y.

**2. Pengaruh Keragaman Produk (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Diketahui bahwa nilai  $t_{hitung}$  7,069 dan  $t_{tabel}$  1,986 dengan (Sig.) 0,000 < 0,05 maka H<sub>2</sub> diterima dan H<sub>0</sub> ditolak. Dengan demikian, X<sub>2</sub> berpengaruh terhadap Y. Semakin tinggi X<sub>2</sub> maka semakin tinggi Y.

**3. Pengaruh Harga (X<sub>1</sub>) dan Keragaman Produk (X<sub>2</sub>) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)**

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada variabel X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub>, berpengaruh terhadap Y. Dengan nilai  $F_{hitung}$  96,479 dan nilai  $F_{tabel}$  2,70. Nilai signifikan (Sig.) 0,000 < 0,05. Maka H<sub>4</sub> diterima yang artinya X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> berpengaruh terhadap Y.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Simpulan penelitian ini (1) X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> secara parsial berpengaruh terhadap Y, (2) X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> secara simultan berpengaruh terhadap Y.

Saran penelitian yaitu Toko Mebel Ghofiah harus meningkatkan kualitas produk dan menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan dan perlu mempertahankan dengan selalu memberikan harga yang terjangkau pada produk mebel. Selain itu, Toko Mebel Ghofiah harus menjual produk dengan kualitas baik, maka dari itu sebaiknya Toko Mebel Ghofiah agar lebih sering memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan kepada konsumen agar sesuai dengan yang diinginkan konsumen dan Toko Mebel Ghofiah harus mempertahankan dengan selalu memberikan keragaman produk yang lengkap untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pembeli.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Andriyana, Rida. (2017). Pengaruh Keragaman Produk, Atmosfer Toko Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Trimitra Mart Kediri. *Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Trimitra Mart Kediri, 1*.
- Arianto, N., & Muhammad, J. (2018). Pengaruh Fasilitas Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengunjung Pada Hotel Dharmawangsa. *Jurnal Semarak, 1*, 107-115.
- Astuti, T. P. (2014). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pengungkapan Islamic Social Reporting (ISR) Pada Bank Syariah Di Indonesia.
- Aulia, Arriza Rifahdi;. (n.d.). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai, Kepuasan Pelanggan Dan Citra Terhadap Loyalitas Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia Di DIY.
- Febriana, Ekai Kik; , Yulianeu; Harini, Cicik ; Warso, Moh Mukeri ;. (2017). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk Dan Lokasi Penjualan Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Gunawan, Andreas Aldo;. (2016). Pengaruh Kompensasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT Gesit Nua Tangguh.
- Handoko, Bagus;. (2017). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Titipan Kilat Jne Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis, 18*, 61-72.

- Heliawan, Y. A., & Wisnu, A. M. (2018). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza Di Kecamatan Kartasura, Sukoharjo. *Jurnal Akuntansi dan Pajak* , 174-180.
- Herawati, Herlin; Mulyani, Dewi;. (2016). Pengaruh Kualitas Bahan Baku Dan Proses Produksi Terhadap Kualitas Produk Pada UD. Tahu Rosydi Puspan Maron Probolinggo. *Prosiding Seminar Nasional* .
- Kusuma, R. W. (2015). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Fasilitas Dan Emosional Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen*, 4.
- Lemana, Rosa;. (2017). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Penetapanharga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Manajemen Pemasaran* .
- Mantauv, Citra Suci;. (2014, Desember). Pengaruh Harga Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen.
- Oktarini, Riri;. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Aplikasi Gojek Di Kota Tangerang. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sekretari / Administrasi Perkantoran* .
- Pramesti, Detika Yossy; Widyastuti, Sri; Riskarini, Dian;. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Keragaman Produk, dan Promosi E-commerce Terhadap Kepuasan Konsumen Shopee. *1*, 27-39.
- Prasastono, Ndaru; Pradapa, Sri Yulianto Fajar;. (2012). Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Kentucky Fried Chicken. *Jurnal Ilmiah Dinamika* .
- Prasetio, Ari;. (n.d.). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap. *Management Analysis Journal* .
- Prasetio, Ari;. (2012). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Management Analysis Journal* .
- Rakhmaati, Ellya;. (2013). Pengaruh Layanan Bimbingan Kelompok Terhadap Perilaku Bullying Pada Siswa Kelas VIII SMP H Isriati Semarang Tahun Pelajaran 2009/2010. *Jurnal Penelitian PAUDIA*, 2.

- Sari, Putri Fadila;. (2021). Pengelompokan Populasi Hewan Ternak Menggunakan Metode Clustering (Studi Kasus : Dinas Pertanian dan Ketahanan Pangan Kabupaten Langkat). *Seminar Nasional Informatika (SENATIKA)* .
- Sari, Riski Lukita; P, Ariesta Marsiska;. (2019). Pengaruh ProfitPengaruh Tingkat Likuiditas Terhadap Nilai Perusahaan Dengan Kebijakan Deviden Sebagai Variabel Intervening.
- Satriadi, Wanawir, Hendrayani, E., Siwiyanti, L., & Nursaidah. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Setiadi, Nugroho J;. (2019). *Perilaku Konsumen (Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen Edisi Ketiga*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Shinta, A. (2011). *Manajemen Pemaaran*. Malang: Universitas Brawijaya Press.
- Simamora, Bilson;. (2000). *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. Jakarta: Pt Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Yanuar, Masnia Mahardi ; Qomariah, Nurul; Santoso, Budi;. (2017). Dampak Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 3, 61-80.
- Yuwono, Hendro;. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang. *Jurnal Ekonomi Manajemen* , 351 - 366.
- Zakaria, Diapisa Gema;. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya* .